

ANALISIS SALURAN DISTRIBUSI WISATAWAN MANCANEGERA DI INDONESIA (Studi pada Daerah Khusus Ibukota Jakarta)

Ahmad Iradat Yudhakusuma

Supriono

Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya

Malang

Email : yudhakusuma@outlook.com

ABSTRACT

This reserch aims to determine the condition of tourism in Jakarta, which ranks 2nd in the number of International tourist arrivals to Indonesia and also to know the strategy of International tourists distribution channels set in DKI Jakarta so that International tourists come to DKI Jakarta. The type of research used is qualitative research with descriptive approach. The focus of this research is the condition of tourism in DKI Jakarta which ranks 2nd in the number of International tourist arrivals to Indonesia and the distribution channels of International tourists in DKI Jakarta. The research location is located in the Special Capital Region of Jakarta. The research sites are located at Jakarta Tourism Office, E3.3 Mega Kuningan Office and Jalan Jaksa, Menteng. Data collection techniques in this study are observation, interview and documentation. In general, the result of this research is the arrival of international tourists to DKI Jakarta not to visit tourist area or taking holiday in DKI Jakarta, but it has 3 motifs, that is for MICE tourism (Meeting, Incentive, Convention and Event) because many multinational companies establish their company In DKI Jakarta which makes a lot of exploits that come for the needs of corporate meetings, then to shop (shopping) and the last is just transitting before going to other areas in Indonesia (excursionist traveler).

Keywords: *International Tourist, Distribution Channel, Tourism, DKI Jakarta*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi pariwisata di DKI Jakarta yang menempati urutan ke 2 dalam jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia dan juga untuk mengetahui strategi saluran distribusi wisatawan mancanegara yang ditetapkan di DKI Jakarta sehingga wisatawan mancanegara datang ke DKI Jakarta. Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Fokus penelitian ini adalah kondisi pariwisata di DKI Jakarta yang menempati urutan ke 2 dalam jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia dan saluran distribusi wisatawan mancanegara di DKI Jakarta. Lokasi penelitian bertempat di Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Situs penelitian berada di Kantor Dinas Pariwisata DKI Jakarta, Kantor taman E3.3 Mega Kuningan dan Jalan Jaksa, Menteng. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Secara garis besar hasil dari penelitian ini ialah kedatangan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta tidak untuk berkunjung ketempat wisata atau berlibur di DKI Jakarta, melainkan memiliki 3 motif, yaitu untuk wisata MICE (Meeting, Incentive, Convention and Event) dikarenakan banyak perusahaan multinasional yang mendirikan perusahaannya di DKI Jakarta yang menjadikan banyak ekspatriat yang datang untuk kebutuhan rapat perusahaan, lalu untuk berbelanja (shopping) dan yang terakhir ialah untuk sekedar transit sebelum pergi ke daerah lain di Indonesia (excursionist traveler).

Kata Kunci: **Wisatawan Mancanegara, Saluran Distribusi, Pariwisata, DKI Jakarta**

1. PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi, penyedia lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Berpariwisata adalah proses perginya seseorang atau lebih ke tempat lain di luar daerah tempat tinggalnya yang dilakukan minimal 24 jam atau lebih. Berbagai alasan kepergian dalam berpariwisata ialah urusan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan ataupun hanya ingin menambah pengalaman dan untuk belajar (Pendit, 2005: 32; Suwantoro, 2004: 3; Yoeti, 2003: 47).

Industri pariwisata sangatlah kompleks sehingga mengaitkan berbagai disiplin ilmu yang menunjang bagi pariwisata itu sendiri seperti ilmu ekonomi, transportasi, pemasaran, komunikasi dan lainnya. Hal tersebut menimbulkan *supply* dan *demand* yang membuat kegiatan pariwisata terjadi. Maka dari itu agar terpenuhinya *supply* industri pariwisata dan *demand* dari wisatawan dibutuhkan saluran distribusi yang baik agar memberikan kepuasan kepada wisatawan (Dirgantara, 2012).

Terdapat berbagai pintu masuk wisatawan mancanegara ke Indonesia, ditemukan 3 pintu masuk terbesar untuk wisatawan mancanegara yaitu Bali, DKI Jakarta, dan Batam. Menurut BPS pada bulan November 2016 jumlah kunjungan wisatawan asing ke Bali 396.150 kunjungan, ke DKI Jakarta 219.246 kunjungan dan ke Batam 106.953 kunjungan. Namun, hal tersebut merupakan ketimpangan besar dalam jumlah kunjungan wisatawan asing di kota lain yang paling banyak hanya mencapai sekitar 20.000 kunjungan di bulan November 2016 seperti Medan dan Surabaya. Berikut data kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta :

Tabel 1. Kedatangan Wisatawan Mancanegara Pada Bandara Soekarno-Hatta DKI Jakarta

Bulan	2016	2015	2014	2013	2012
Januari	153.503	165.746	187.123	160.998	156.654
Februari	164.317	170.741	180.362	180.453	154.698
Maret	202.669	203.019	194.720	186.548	165.927
April	188.369	159.873	180.787	162.682	161.005
Mei	187.545	189.307	184.534	179.737	185.932
Juni	150.956	174.319	208.624	211.118	169.682
Juli	217.452	175.347	169.135	188.800	190.320
Agustus	270.496	252.914	218.903	188.854	140.077
September	229.964	212.706	174.169	201.336	182.214
Oktober	237.914	197.487	177.274	191.460	184.894
November	219.246	216.517	180.208	199.511	185.112
Desember	N/A	186.299	190.598	189.005	177.335
Total	-	2.304.275	2.246.437	2.240.502	2.053.850

Sumber: BPS Jumlah Wisatawan Mancanegara di Bandara Soekarno-Hatta (2017)

Tabel tersebut menunjukkan tingginya kedatangan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta disetiap bulannya. Tabel dan diagram sebelumnya juga telah menunjukkan adanya ketimpangan yang sangat kontras untuk pariwisata di Indonesia. Wisatawan mancanegara masih terpusat pada 3 (tiga) destinasi utama yaitu Bali, DKI Jakarta dan Batam. Perlunya saluran distribusi yang baik kepada wisatawan mancanegara untuk memperkenalkan bahwa potensi pariwisata Indonesia masih memiliki ragam varian dan masih belum diminati oleh mayoritas wisatawan mancanegara.

Fenomena tersebut tentu menimbulkan keingintahuan peneliti dalam mengetahui strategi saluran distribusi dan perilaku wisatawan mancanegara di DKI Jakarta. Peneliti juga berkehendak mengetahui alasan tingginya tingkat wisatawan mancanegara yang berkunjung ke DKI Jakarta.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Pariwisata

Definisi Pariwisata

Menurut Murphy (1985) dalam Pitana, dkk (2005: 45) “pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen”. Dalam Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, memaparkan pengertian pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Jenis-Jenis Pariwisata

Pendit (2006: 37-43) menggolongkan pariwisata menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Wisata Budaya
2. Wisata Kesehatan
3. Wisata Olah Raga
4. Wisata Komersial
5. Wisata Industri
6. Wisata Politik
7. Wisata Konvensi
8. Wisata Sosial
9. Wisata Pertanian
10. Wisata Maritim (Marina) atau Bahari
11. Wisata Cagar Alam
12. Wisata Buru

13. Wisata Pilgrim (Ziarah)
14. Wisata Bulan Madu
15. Wisata Petualangan

2.2. Wisatawan

Definisi Wisatawan

Pitana, dkk (2005: 43) menjelaskan wisatawan atau tourist ialah orang yang melakukan perjalanan wisata. *United Nation Conference on Travel and Tourism* di Roma (1963) memberikan istilah ‘*visitor*’ (pengunjung), yang definisinya ialah “setiap orang yang mengunjungi negara yang bukan merupakan tempat tinggalnya, untuk berbagai tujuan, tetapi bukan untuk mencari pekerjaan atau penghidupan dari negara yang dikunjungi”.

Jenis-Jenis Wisatawan

IUOTO (*International Union of Official Travel Organization*) dalam Pitana, dkk (2005: 43) memberikan batasan dan membedakan *visitor* menjadi dua, yaitu:

- 1) wisatawan (*tourist*), yaitu mereka yang mengunjungi suatu daerah lebih dari 24 jam; dan
- 2) pelancong/pengunjung (*excursionists*), yaitu mereka yang tinggal di tujuan wisata kurang dari 24 jam.

2.3. Saluran Distribusi

Definisi Saluran Distribusi

Distribusi berkaitan erat dengan keterjangkauan dan mudah diperolehnya produk-produk yang dipasarkan. Distribusi bukan hanya pemindahan fisik barang-barang dagangan, namun juga berkaitan dengan tempat-tempat penjualan, agen pengecer dan lainnya. Bidang pariwisata berkaitan distribusi dapat kita kenal sebagai *travel agencies* (Tan, 2010: 139)

Menurut Buhalis & Law (2001) dalam Dirgantara (2012) saluran distribusi merupakan bagian dari elemen pariwisata, yang mempunyai fungsi sebagai sistem dari industri pariwisata. Sebuah saluran distribusi pariwisata adalah sistem perantara, atau penghubung, yang memfasilitasi penjualan dan pengiriman dari jasa pariwisata dari pemasok ke konsumen.

Jenis-Jenis Saluran Distribusi

Dalam saluran distribusi pariwisata, produk industri pariwisata yang bersifat baku (*raw materials*) sebelum disalurkan ke konsumen pariwisata. Peran Biro Perjalanan Wisata (BPW) selaku perencana dan penyelenggara paket wisata

yang mengolah produk pariwisata tersebut yang selanjutnya ditawarkan ke calon wisatawan (Tan, 2010: 142, Yoeti, 2003: 54). Menurut Tan (2010:142) kategori rantai saluran distribusi pariwisata, yaitu:

1) *Tour Operator*

Sebagai pedagang besar, karena mereka membeli produk wisata yang berbeda, seperti kursi penerbangan atau kamar hotel dalam jumlah yang besar. Pembelian tersebut lalu dikemas menjadi paket-paket wisata untuk dijual lagi melalui *travel agents* atau wisatawan langsung. Produk mereka seringkali disebut *package holiday*.

2) *Broker*

Lebih banyak terlibat dalam sistem distribusi transportasi udara, namun juga membeli kamar-kamar hotel dan jasa pariwisata dalam jumlah besar. Salah satu bentuk *broker* dalam industri pariwisata ialah konsolidator. Konsolidator ialah spesialis yang membeli kursi penerbangan namun untuk dijual kembali melalui perantara. Mereka berperan dalam membantu menjual kursi-kursi penerbangan yang bersifat *perishable product* (mudah rusak).

3) *Travel Agent*

Sebagai sektor pengecer dalam rantai distribusi pariwisata. Mereka tidak memiliki persediaan, hanya berperan sebagai perantara antara konsumen dengan pedagang besar atau produsen. Peran utama mereka ialah menyediakan jaringan *outlet* penjualan bagi konsumen pariwisata.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Lokasi peneliti terletak di DKI Jakarta. Hal ini dikarenakan DKI Jakarta menjadi pusat pintu masuk untuk wisatawan mancanegara ke 2 (dua) terbesar setelah Bali. Sementara itu, situs penelitian ini adalah Dinas Pariwisata DKI Jakarta, penyalur wisatawan mancanegara (*travel agent*) yaitu perusahaan *travel agent* Indo Citra Tamasya dan wisatawan mancanegara. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik penentuan responden yang digunakan peneliti ialah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Instrumen penelitian dalam penelitian ini berdasarkan peneliti sendiri, pedoman wawancara

dan perangkat pengunjung. Langkah-langkah dalam analisis data adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data (*data reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hak-hak pokok memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.

2. Penyajian data (*data display*)

Penyajian data ini dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, atau dilakukan penyajian data dengan teks yang bersifat naratif.

3. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusive drawing, and verification*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru dan sebelumnya belum pernah ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Penjelasan Hasil Penelitian

4.1.1. Kondisi pariwisata di DKI Jakarta yang menempati urutan ke 2 dalam jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Indonesia

Pihak pemerintah dan pihak swasta (Biro Perjalanan Wisata) mengenai kondisi pariwisata di Indonesia sehingga DKI Jakarta yang menempati urutan ke 2 dalam jumlah kedatangan wisatawan mancanegara berpendapat bahwa dalam hal ini terjadi banyak faktor didalamnya. Salah satunya faktor ketersediaan infrastruktur yang mempengaruhi kedatangan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta. Jenis wisatawan yang datang ke DKI Jakarta juga bervariasi dalam kunjungannya. Berdasarkan penyajian data dapat diketahui kondisi pariwisata di Indonesia sehingga DKI Jakarta menempati urutan ke 2 dalam jumlah kedatangan wisatawan mancanegara, dijabarkan sebagai berikut:

Jenis-jenis pariwisata

Sebagaimana Pendit (2006: 37-43) yang menggolongkan wisata menjadi 15 jenis, yang salah satunya merupakan wisata konvensi. Pihak pemerintah dan pihak swasta berpendapat mengenai kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta yang merupakan wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Hal tersebut diakui pihak pemerintah maupun pihak swasta yang berperan dalam saluran distribusi wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta, dikarenakan infrastruktur di DKI Jakarta memadai untuk kebutuhan konvensi seperti *Jakarta Convention*

Center, Balai Sidang Senayan dan lain sebagainya. Berbanding terbalik dengan wisata di Bali yang produknya merupakan wisata alam, karena DKI Jakarta termasuk kota megapolitan yang sedang pesat mengenai pembangunan infrastruktur.

Jenis-jenis wisatawan

Jenis wisatawan yang datang berkunjung ke DKI Jakarta juga bervariasi. Pihak swasta berpendapat bahwa tingginya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di DKI Jakarta tidak semua menetapkan bahwa destinasi akhir mereka adalah DKI Jakarta. Wisatawan mancanegara bisa saja sekedar transit di bandara DKI Jakarta sebelum melanjutkan ke daerah lain yang merupakan tujuan awal mereka. Sebagaimana IUOTO (*International Union of Official Travel Organization*) dalam Pitana, dkk (2005: 43) bahwa wisatawan mancanegara tersebut termasuk kategori pelancong/pengunjung (*excursionist*), yaitu mereka yang tinggal di tujuan wisata kurang dari 24 jam, dikarenakan mereka hanya transit di DKI Jakarta sebelum melanjutkan perjalanan mereka ke daerah lain di Indonesia.

Pihak swasta juga berpendapat bahwa wisatawan mancanegara tersebut tidak menggunakan jasa mereka untuk berpariwisata di DKI Jakarta, pihak swasta bahkan menyatakan di DKI Jakarta tidak ada *city tour* untuk wisatawan mancanegara. Wisatawan mancanegara tersebut hanya sekedar membeli tiket pesawat, reservasi hotel atau keperluan transportasi, namun untuk perjalanannya mereka yang mengatur sendiri. Hal tersebut menurut Cohen (1972) dalam Pitana, dkk (2005: 53-54) masuk dalam klarifikasi wisatawan *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, dan mencari hal yang tidak umum (*off the beaten track*). Wisatawan seperti ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya dengan masyarakat lokal juga tinggi.

Kondisi tersebut juga didukung dengan pernyataan wisatawan mancanegara yang telah diwawancara peneliti yaitu Vojtech Bazant dan Kieran Rieley. mereka mengakui bahwa tidak menggunakan jasa pihak swasta dalam kunjungannya ke DKI Jakarta. Mereka hanya sekedar membeli tiket pesawat sendiri menuju DKI Jakarta dan mencari tahu hotel terdekat tanpa menyerahkan pengaturan perjalanannya kepada Biro Perjalanan Wisata.

4.1.2. Saluran distribusi untuk wisatawan mancanegara yang ditetapkan di DKI Jakarta sehingga wisatawan mancanegara datang ke DKI Jakarta

Pihak dinas pariwisata DKI Jakarta selaku pihak yang berperan dominan dalam saluran distribusi wisatawan mancanegara di DKI Jakarta menyatakan meskipun tingginya kunjungan wisatawan mancanegara ke DKI Jakarta, bahwa tidak ada strategi atau perhatian khusus di DKI Jakarta yang sebagai ibukota Indonesia. Saluran distribusi wisatawan mancanegara di Indonesia sama rata, namun kembali pada kesiapan daerah dan bandara masing-masing kota. Kenyataannya di Indonesia kebanyakan bandara di Indonesia bergelar bandara internasional namun standar operasionalnya masih lokal, sehingga tidak bisa menjalin kerjasama dengan maskapai-maskapai internasional untuk penerbangan langsung ke daerah atau kota tersebut.

Saluran Distribusi

Indo Citra Tamasya selaku pihak swasta (Biro Perjalanan Wisata) menyatakan bahwa konektivitas di Indonesia masih buruk, DKI Jakarta masih dominan sebagai daerah atau kota yang bandaranya siap dengan gelar bandara internasional dan juga standar internasional untuk penerbangan internasional. Dalam Tan (2010;139-141) juga disebutkan distribusi berkaitan erat dengan keterjangkauan dan mudahnya diperoleh produk-produk yang dipasarkan, hal ini dilakukan oleh Indo Citra Tamasya yang lebih dikenal sebagai *Tour Operator*. Produk pariwisata sendiri membutuhkan perantara, penghubung, atau fasilitator yang menghubungkan antara wisatawan mancanegara ke produk pariwisata Indonesia khususnya DKI Jakarta.

Fungsi distribusi Indo Citra Tamasya selaku pihak swasta (Biro Perjalanan Wisata) sudah mencakup 4 fungsi oleh Tan (2010: 139) yaitu untuk sarana penyebaran produk atau alternatif penjualan, melanjutkan arus informasi, merangsang dan memotivasi permintaan. Membuka hubungan baru dan memeliharanya. Indo Citra Tamasya yang memiliki paket wisata domestik dan internasional tentu melakukan penyebaran produk, melanjutkan arus informasi, memotivasi permintaan dan membuka hubungan baru dengan berbagai pelanggannya. Namun, Indo Citra Tamasya selaku Biro Perjalanan Wisata yang berdomisili di DKI Jakarta, tidak memiliki paket tur untuk di DKI Jakarta itu sendiri, hal tersebut dikarenakan DKI

Jakarta memiliki kasus yang berbeda yaitu kota yang sangat sibuk dan padat, sehingga pihak Indo Citra Tamasya tidak menyediakan tur domestik di DKI Jakarta.

Jenis-jenis saluran distribusi

Menurut Tan (2010: 142) ada 3 kategori rantai saluran distribusi pariwisata yaitu *Tour Operator*, *Broker*, dan *Travel Agent*. Indo Citra Tamasya sebagai perusahaan swasta yang bergerak di bidang pariwisata termasuk dalam kategori *Tour Operator*. Indo Citra Tamasya menyediakan paket-paket wisata *outbound* (keluar negeri) yang sering dikenal dengan *package holiday*. Terkait dalam saluran distribusi wisatawan mancanegara di DKI Jakarta pihak ICT (Indo Citra Tamasya) mereka tidak menyediakan paket wisata untuk DKI Jakarta, bahkan selama 8 tahun berjalan perusahaan, belum pernah ada mitra atau pesaing jasa Biro Perjalanan Wisata domisili DKI Jakarta yang menyediakan untuk wisata di DKI Jakarta.

Keadaan DKI Jakarta yang termasuk kota metropolitan membuat DKI Jakarta menjadi kota yang sangat sibuk. DKI Jakarta sebagai ibukota negara Indonesia sangatlah padat dalam jumlah penduduk, juga pembangunan infrastruktur yang sangat pesat membuat wisata DKI Jakarta terganggu karena kepadatan serta kemacetannya yang membuat mobilitas terhambat. ICT juga menyatakan meskipun banyak wisatawan mancanegara yang datang ke DKI Jakarta, namun wisatawan mancanegara tersebut tidak membutuhkan *city tour* atau bahkan *tour guide*. Wisatawan mancanegara dapat memesan tiket pesawat penerbangan langsung ke DKI Jakarta, reservasi hotel yang mereka inginkan dan mobilitas menggunakan taksi tanpa perlu bantuan Biro Perjalanan Wisata.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Kondisi pariwisata di DKI Jakarta yang menempati urutan ke 2 dalam jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dapat dijabarkan sebagai berikut:
 - a) Kesenjangan wisatawan mancanegara di Indonesia pada kenyataannya kembali pada kesiapan daerah dan bandara masing-masing. DKI Jakarta sendiri infrastrukturnya sudah siap sejak lama, khususnya dalam menampung maskapai-maskapai internasional untuk penerbangan langsung ke DKI Jakarta.

- b) Wisatawan mancanegara yang datang ke DKI Jakarta secara garis besar memiliki 3 motif, yaitu untuk wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Event*) dikarenakan banyak perusahaan multinasional yang mendirikan cabangnya di DKI Jakarta yang menjadikan banyak ekspatriat yang datang untuk kebutuhan rapat perusahaan, lalu untuk berbelanja (*shopping*) dan yang terakhir ialah untuk sekedar transit di DKI Jakarta sebelum melanjutkan perjalanan ke daerah lain di Indonesia (wisatawan *excursionist*/singgah di bawah 24jam).
2. Saluran distribusi wisatawan mancanegara yang ditetapkan di DKI Jakarta dijabarkan sebagai berikut:
 - a) Dalam strategi saluran distribusi wisatawan mancanegara di DKI Jakarta pihak dinas pariwisata DKI Jakarta menyatakan Jakarta sebagai ibukota Indonesia tidak mendapat perhatian khusus ataupun memiliki strategi khusus dalam tingginya kunjungan wisatawan mancanegara di DKI Jakarta. Namun, DKI Jakarta diuntungkan pada kesiapan bandara internasional dengan standar internasional yang dapat menampung maskapai-maskapai internasional untuk penerbangan langsung dari luar negeri ke DKI Jakarta (*Direct Flight*).
 - b) Tingginya wisatawan mancanegara di DKI Jakarta atau kesenjangan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara di DKI Jakarta dibandingkan dengan kota-kota wisata lainnya kembali pada kesiapan daerah dan bandara masing-masing dalam infrastruktur maupun kerjasama dengan maskapai internasional untuk penerbangan langsung ke daerah masing-masing.

5.2. Saran

1. Pihak pemerintah dan pihak swasta dapat bersinergi untuk mempersiapkan penerbangan internasional (*direct flight*) ke daerah atau kota-kota wisata di Indonesia dalam kiat meratakan kesenjangan atau tingginya wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia khususnya DKI Jakarta.
2. Pihak pemerintah khususnya imigrasi meningkatkan performa pendataan wisatawan mancanegara yang datang ke DKI Jakarta serta mobilitas wisatawan mancanegara tersebut di

tempat lain seperti stasiun, terminal dan lainnya. Hal ini untuk pendataan mobilitas dari wisatawan mancanegara tersebut setelah mendarat di DKI Jakarta untuk selanjutnya diketahui perjalanan mereka selanjutnya, tidak hanya sebatas pencatatan di bandara sebagai kunjungan ke DKI Jakarta saja.

3. Pendataan mobilitas wisatawan mancanegara yang sesampainya ke DKI Jakarta juga akan membantu melacak motif wisatawan mancanegara tersebut setelah berkunjung ke DKI Jakarta.
4. Pihak pemerintah dan pihak swasta bersinergi untuk memfasilitasi *city tour* singkat di DKI Jakarta khususnya untuk wisatawan mancanegara yang sedang transit. Hal ini agar wisatawan mancanegara tersebut tidak hanya beberapa jam menunggu di bandara, wisatawan mancanegara tersebut bisa merogoh koceknya untuk membeli konsumsi, atau oleh-oleh di DKI Jakarta sebelum melanjutkan kembali penerbangan mereka ke daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata : Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Edisi Kedelapandengan Perbaikan-Perbaikan Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tan, Rio B.P. 2010. *Kunci Sukses Memasarkan Jasa Pariwisata*. Jakarta : Erlangga.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- _____. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Peraturan Terkait :

- Undang – Undang Nomor 9 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan
- Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan

Internet:

<http://www.data.jakarta.go.id/dataset/data-jumlah-pengunjung-museum>

<http://www.jakarta.go.id>